

Revisión de la situación del tomate canario: un fruto con nombre propio

En el presente trabajo se analiza las circunstancias que vive el sector tomatero en las Islas Canarias, un cultivo con un fuerte arraigo en este territorio y que vive una fuerte crisis hace años. Sin duda, el funcionamiento de los mercados agroalimentarios, cada vez más globalizados, y la fuerte competencia de otras zonas productoras peninsulares, así como de terceros países no miembros de la Unión Europea, se han trasladado en una paulatina reducción de hectáreas y un considerable descenso del volumen exportado. Ante este futuro incierto, es necesario poder abordar nuevos mercados, a la par que hay que seguir trasladando a los consumidores los valores que caracterizan a este apreciado fruto.

PALABRAS CLAVE: *Solanum lycopersicum*, comercialización, exportación, marketing agrario, diferenciación.

María Ángeles Fernández-Zamudio¹ y Laura Santos²

¹Centro para el Desarrollo de la Agricultura Sostenible. Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias. e-mail: fernandez_marzam@gva.es

²Ingeniera Agrónoma. Máster Universitario en Valoración, Catastro y Sistemas de Información Territorial por la UMH

INTRODUCCIÓN

El cultivo del tomate (*Solanum lycopersicum*) ha sido durante muchas décadas uno de los motores de la economía primaria de las Islas Canarias. Allí inició su crecimiento hace más de 130 años, y siempre tuvo una fuerte especialización para consumo en fresco y la exportación, básicamente para Reino Unido. Su importancia fue tal que a finales de la década de los 60 y principio de los 70 superó las 9.300 hectáreas y llegó a representar casi el 20% del total español. Sin embargo la relevancia de este el cultivo va más allá de la extensión que ocupa, ya que se produce en invernaderos, modalidad de cultivo que suele requerir gran cantidad de mano de obra, lo que se traduce a su vez en un importante desarrollo socioeconómico en el territorio.

Tradicionalmente, las zonas de cultivo del tomate de exportación, se han centrado en las Palmas y Santa Cruz de Tenerife, aunque también hay en las islas de Gran Canaria, Tenerife y Fuerteventura. En todas ellas se apostó por cultivar

un tomate muy esférico, de color rojo intenso, de calibre predominantemente MM y MMM, (entre los 57 y los 40 mm), es decir, pequeño, y éste siempre ha sido un signo de identidad de las Islas Canarias.

El tomate junto con el plátano, son desde hace muchas décadas los cultivos de mayor relevancia para la agricultura y la economía canaria. Según el trabajo de Meade *et al.* (2012) al tomate se le pueden atribuir unos 25.000 empleos directos, entre personal de cultivo, empaquetado, administración y transporte.

Sin embargo su fortaleza se ha visto muy mermada con el tiempo. Si hace décadas era un producto competitivo y que tenía una fuerte presencia en todos los grandes mercados de España y también europeos, empezó a tener serias dificultades según iban aumentando los competidores; por un lado de zonas productoras del sureste español, y también de otros países, sobre todo los ubicados en el Magreb.

Otro problema que afecta de manera genérica al sector primario canario,

es que hoy por hoy es una actividad que no tiene un atractivo suficiente para la población, lo que se suma a la expansión de grandes áreas turísticas en las Islas. Cuando se impone el modelo inmobiliario, es complicado resistirse a la presión territorial y económica que acarrea. Se cede el agua de los terrenos que de antaño fueron agrícolas, y se construyen en ellos urbanizaciones, campos de golf, zonas de recreo, autopistas, etc. El siguiente paso es que la población agraria deja de dedicarse a esta actividad, y quienes quedan o llegan para instalarse en estas zonas, ni tienen interés ni son capaces de retomar la agricultura, aunque haya terreno disponible, así que finalmente el abandono se extiende sin remedio.

En el presente trabajo se repasa la situación del tomate canario partiendo de una visión más global que abarca a este cultivo en España. Se han recopilado algunas de las singularidades que caracterizan a este cultivo y se finaliza con una reflexión acerca de sus perspectivas de futuro.

LA SITUACIÓN DEL TOMATE EN ESPAÑA

Revisando de manera histórica las estadísticas oficiales del Ministerio de Agricultura español (MAPA) se deduce que la superficie de tomate que se cultiva cada año en España oscila desde hace décadas entre las 55 y 60 mil hectáreas, aunque en los años 70 se superaron las 73 mil. Lo que sí ha crecido notablemente son los rendimientos medios gracias a las mejoras tecnológicas del cultivo, el MAPA recoge que en la actualidad se pueden obtener entre 80 tn/ha si es al aire libre y 97 tn/ha si es en invernadero. Se da la circunstancia que el tomate llegó a tener un nivel tecnológico muy alto hace años en zonas como la Región de Murcia, donde se apostó por introducir innovaciones muy relevantes en los invernaderos. Posteriormente

con la bajada de su rentabilidad, el nivel tecnológico fue retrocediendo, y se incrementó la superficie al aire libre o bajo mallas (Fernández-Zamudio *et al*, 2010). Ahora con las variedades y tipos diferenciados parece que se vuelve a apostar por invertir en tecnología.

Según el MAPA (2019) la provincia con mayor superficie cultivada de tomate es Badajoz (35% del total nacional), donde hay una gran especialización para la industria. Respecto a la producción destinada al consumo en fresco, la provincia que más tomates cultivaba en 2007, y sigue haciéndolo en 2017, es Almería (el 16,8% de la superficie y el 19,5% de la producción española). En los últimos años ha aumentado notablemente la superficie en Sevilla, Granada y Cádiz, sin embargo, en otra

regiones tradicionalmente productoras ha descendido, es el caso de Murcia y Canarias que han perdido respectivamente el 40% y 60% de la superficie que tenían hace solo 10 años (Tabla 1 y Tabla 2).

España ha tenido una fuerte vocación exportadora de tomate, siendo sus destinos naturales los países de la Unión Europea, Alemania principalmente, junto con Francia, Países Bajos, Reino Unido y Polonia. De hecho, el tomate es la hortaliza con más peso en las exportaciones españolas, en 2018 representaba el 15% del volumen total exportado, aunque en 2013 su importancia era mayor, con el 21% (FEPEX, 2019).

También hay gran demanda interior, ya que el tomate es un alimento

Tabla 1. Datos de superficie y producción de tomate en las principales provincias productoras, en 2007.

Provincia	Superficie		Producción	
	Ha	%	Tn	%
Badajoz	14.841	27,8	1.294.994	31,7
Almería	10.100	19,0	905.367	22,2
Murcia	4.118	7,7	380.270	9,3
Cáceres	2.746	5,2	156.201	3,8
Sevilla	2.569	4,8	179.512	4,4
Granada	2.400	4,5	192.000	4,7
Málaga	1.589	3,0	93.790	2,3
Las Palmas	1.499	2,8	126.977	3,1
Cádiz	1.096	2,1	49.869	1,2
S.C. de Tenerife	761	1,4	66.751	1,6
Zaragoza	675	1,1	53.600	1,0
Castellón	618	1,2	26.369	0,6
Alicante	608	1,1	71.811	1,8
Córdoba	591	1,1	20.415	0,5
Tarragona	388	0,6	16.694	0,3
Resto de provincias	8.698	16,6	446.857	11,3
ESPAÑA	53.297	100	4.081.477	100

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del MAPA

Tabla 2. Datos de superficie y producción de tomate en las principales provincias productoras, en 2017.

Provincia	Superficie		Producción	
	Ha	%	Tn	%
Badajoz	21.383	35,1	1.844.284	35,7
Almería	10.220	16,8	1.008.867	19,5
Sevilla	7.567	12,4	730.981	14,2
Granada	3.922	6,4	357.081	6,9
Cáceres	2.707	4,4	231.420	4,5
Murcia	2.476	4,1	228.780	4,4
Cádiz	1.696	2,8	52.455	1,0
Málaga	862	1,4	57.992	1,1
Zaragoza	675	1,1	53.600	1,0
Las Palmas	622	1,0	54.222	1,1
Castellón	544	0,9	17.901	0,3
Alicante	541	0,9	50.260	1,0
Tarragona	388	0,6	16.694	0,3
S.C. de Tenerife	267	0,4	19.876	0,4
Córdoba	263	0,4	9.205	0,2
Resto de provincias	6.719	11,0	429.848	8,3
ESPAÑA	60.852	100	5.163.466	100

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del MAPA

fundamental en la cesta de la compra de los españoles. En el panel de consumo que publica el MAPA (2019b) se observa que en el año 2017 solo la patata se consumía más que el tomate, sin olvidar nunca que los hábitos alimentarios van cambiando. En relación al año anterior la evolución del consumo del tomate bajó un 6,3% en volumen, aunque sí creció un 3% en facturación, seguramente porque hubo un incremento del precio final de venta de 9,8% durante 2017.

Los datos de consumo de tomate fresco por hogar y año resultaron ser 14,2 Kg per cápita en 2016, y de 12,8 Kg en el 2017. Aunque se alude a la cifra más relevante que es la del tomate fresco, esta hortaliza transformada sí está teniendo un evidente crecimiento y cada vez se demanda más tanto en conserva como congelada.

LAS DIFICULTADES DEL TOMATE CANARIO PARA EXPORTACIÓN

En el año 2017, apenas se superan las 900 hectáreas cultivadas de tomate de exportación en Canarias, la mayoría de ellas provenientes de las islas de Gran Canaria, Tenerife y Fuerteventura, lo que supone el 1,4% de la superficie y el 1,5% de la producción española (Tabla 2). Para entender qué ha sucedido con el tomate canario ya se ha comentado la gran presión que ha ejercido el turismo en las últimas décadas, de hecho grandes superficies de terrenos rústicos se han ido reconvirtiendo a urbano, y las tradicionales zonas rurales hasta el siglo XX ahora están fuertemente antropizadas y están ocupadas por urbanizaciones y otros usos del sector servicio.

Además, en el caso del tomate, siempre hay que aludir a los acuerdos preferenciales de la Unión Europea con países del Magreb. El que se firmó en 1995 con Marruecos para el período 1996-1999 se fijó un contingente de entrada de tomate marroquí que

superaba las 145 mil toneladas, centrados entre noviembre y marzo. Hay que tener en cuenta que la mayor proporción de tomate canario siempre se concentró entre los meses de octubre a Junio, y que la fortaleza de Canarias en Europa se daba enviando sus producciones en pleno invierno, por lo que la concurrencia con Marruecos supuso desde su inicio un fuerte problema para España y, por ende, para Canarias. El archipiélago Canario tiene como importante desventaja la gran distancia que le separa del continente europeo, lo que le obliga a asumir altos costes por transporte, lo que incrementa unos costes de producción que siempre son más elevados que los que tienen países como Marruecos. Sin una salida clara en la exportación, la crisis del sector ha persistido y con ella la reducción de la superficie cultivada.

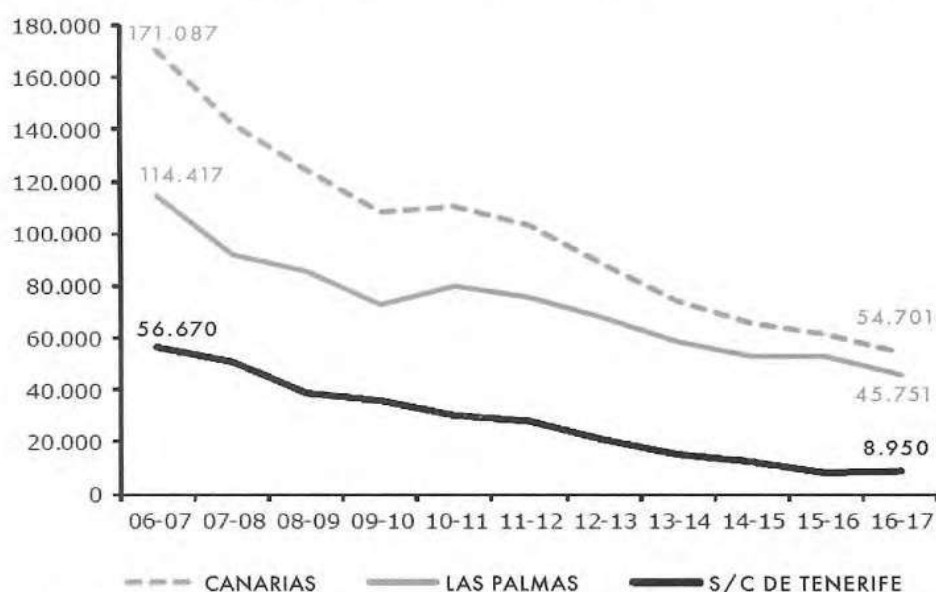
En el año 2008, el gobierno de Canarias planteó un Plan estratégico para el tomate de exportación, y en 2015 lanzó una nueva estrategia, siempre con la intención de buscar la continuidad de un sector que es tan importante para la economía de las islas. Sin embargo, en febrero de 2012, el tomate de exportación tuvo que volver a enfrentarse a un nuevo acuerdo entre la UE y Marruecos, y si anteriormente la cifra de exportaciones que estaban

liberalizadas para Marruecos era el 33% con esta nueva firma se subió al 55% (CCELPA, 2017). Las consecuencias se han notado fuertemente en Canarias, de hecho las exportaciones de tomate canario no han dejado de caer (Gráfica 1); por ejemplo si en la campaña 07/08 exportaba aproximadamente 142.700 tn, en la campaña 16/17 solo exportó 54.700 tn, lo que supone un descenso del 62% en 9 años.

La solución de este sector va a requerir de la implicación global de todos los agentes de la cadena de valor, y además de buscar nuevos mercado hay que conquistar a los consumidores explicándoles lo mejor del tomate canario.

SINGULARIDAD DEL TOMATE CANARIO

Si lo que se trata es de dar continuidad a un sector o cultivo, en el marketing agroalimentario se insiste en la necesidad de diferenciar las producciones. Esto es especialmente relevante en aquellos alimentos que se consumen en fresco, ya que en los mercados se mezclan entre ellos independientemente de quién o cómo se producen, o de su zona de procedencia. Son productos genéricos, o *commodities*, ante los



Gráfica 1. Evolución del volumen (tn) de tomate exportado en Canarias entre las campañas 06/07 y 16/07. Imagen tomada de CCELPA (2017).

que el consumidor apenas muestra fidelización, y cuya elección viene marcada básicamente por el precio. En esa búsqueda de diferenciación, algo esencial será mostrar cuáles son los rasgos que hacen distinto a un producto, y de alguna manera trasladar al cliente que cuando lo adquiere está eligiendo algo singular (Lliso *et al.*, 2019).

Desde los comienzos de la producción en el siglo XIX, el tipo de tomate canario que se eligió masivamente para la exportación se ha caracterizado por sus frutos esféricos, de color rojo intenso, piel lisa, calibre y peso medio pequeño y sabor dulce.

Estas características esenciales han perdurado desde hace más de un siglo, y si bien en el caso de Canarias se ha apostado masivamente por una producción basada en estos tipos redondos y lisos, la investigación genética en este producto es muy dinámica. Hoy por hoy no solo se está investigando para obtener nuevas variedades más resistentes a plagas, enfermedades o mejor adaptadas a las nuevas condiciones agroclimáticas que impone el cambio climático, también hay que dar respuesta a los gustos de los mercados de destino. En general los consumidores suelen valorar las novedades, y en el caso del tomate esto se ha traducido en una oferta muy amplia en los lineales. Han proliferado distintos tipos de tomate cherry, junto con otras variedades de mayor calibre pero diferentes en color y forma; en el caso del tomate hay una

demanda persistente para que los frutos tengan el sabor y olor que caracterizaban a las variedades tradicionales, por lo que muchas variedades locales se están de nuevo potenciando.

Aunque es un tomate ampliamente conocido, los rasgos organolépticos y la fisionomía del tomate redondo y liso más tradicional en Canarias, tiene peculiaridades que se tendrían que seguir trasladando a los consumidores y que, junto a la genética, están claramente marcadas por un entorno agroclimático que resulta muy idóneo para esta especie.

Por ejemplo, en el calibre tiene un efecto directo el uso de aguas salinas o salobres para el riego. No todas las variedades del tomate disminuyen el tamaño del fruto de forma similar cuando se riegan con aguas salinas, pero parece que hay una correspondencia clara, que los investigadores achacan un efecto osmótico del sodio (Nuez, 1995).

Otros factores que inciden directamente en las características de los frutos del tomate son: la temperatura, iluminación, radiación ultravioleta (UV-B) o la humedad ambiental.

La temperatura parece afectar directamente sobre el contenido de carotenoides. El licopeno es el principal carotenoide del tomate y se trata de un potente antioxidante presente en elevadas cantidades en este fruto, y asociado a su color rojo. Cuando las temperaturas están por debajo de 12°C se

inhibe fuertemente la biosíntesis de licopeno, y las temperaturas superiores a 32°C la detienen totalmente. Las temperaturas favorables para este cultivo están, por lo tanto, en el rango de 16 a 26 grados centígrados, en el mismo hay un incremento en el contenido de licopeno por la correlación positiva existente entre temperatura, intensidad de la radiación solar e incidencia de la luz UV-B. La síntesis de licopeno se produce en el tomate como una respuesta de defensa ante algún tipo de estrés ambiental, principalmente por la alta incidencia de rayos ultravioleta e infrarrojos (Núñez *et al.*, 2006), algo habitual en las Islas Canarias.

El archipiélago canario tiene una situación geográfica que le da una media anual en horas solares que va de 2.725 a 3.225, a igualmente tiene índices de radiación ultravioleta mucho más elevados que otras zonas productoras de tomates de Europa. Por lo tanto es un fruto considerado de invierno, que se cultiva de finales de septiembre hasta principios de mayo. Precisamente a partir de mayo es cuando empieza de manera natural la producción de tomate en otras partes de Europa, y cuando deja de ser interesante exportar desde Canarias.

La forma redonda, su característico tamaño pequeño y su color rojo intenso, son rasgos muy propios que, junto a su dulzor, pueden suponer una diferenciación con otros tipos procedentes de otras regiones productoras. El que se



Foto de M.A.Fernández-Zamudio



Foto de M.A.Fernández-Zamudio